

第 I 章. 福岡・九州とアジアの人流・観光

ー 福岡・九州におけるアジアインバウンド戦略ー

(財) 福岡アジア都市研究所
研究主査 新井 直樹

1. はじめに

本章は、福岡・九州がアジアとの地理的近接性を活かしたビジネスを展開する上で、その基礎となる福岡・九州とアジアの人流・観光について、今後のアジアインバウンド戦略のあり方の視点から考察したものである。

まず、近年のわが国と福岡・九州におけるアジアインバウンドについて、現在、主流をなす韓国インバウンドと、今後、急速に拡大が予測される中国インバウンドの動向を中心に整理した上で、福岡・九州のアジアインバウンドの特徴について指摘する。

次に、(財) 福岡アジア都市研究所 (以下、URC) が実施した、福岡・釜山間的高速船を利用して福岡・九州を観光した韓国人旅行者と、中国発着のクルーズ船を利用して博多港に寄港後、福岡を観光した中国人旅行者を対象とした観光動向調査の結果を分析し、両国のインバウンド旅行者の観光動向の特徴や差異を明らかにし、比較考察を行う。

さらに、上述した調査の分析をふまえて、福岡・九州のアジアインバウンドの誘致や受け入れ態勢の課題を析出し、具体的な対応策を示すとともに、国内外の先進的なインバウンドの取り組みの事例研究をもとに、今後の福岡・九州におけるアジアインバウンド戦略のあり方について考察したい⁽¹⁾。

2. わが国と福岡・九州におけるアジアインバウンドの動向

(1) わが国のアジアインバウンドの動向

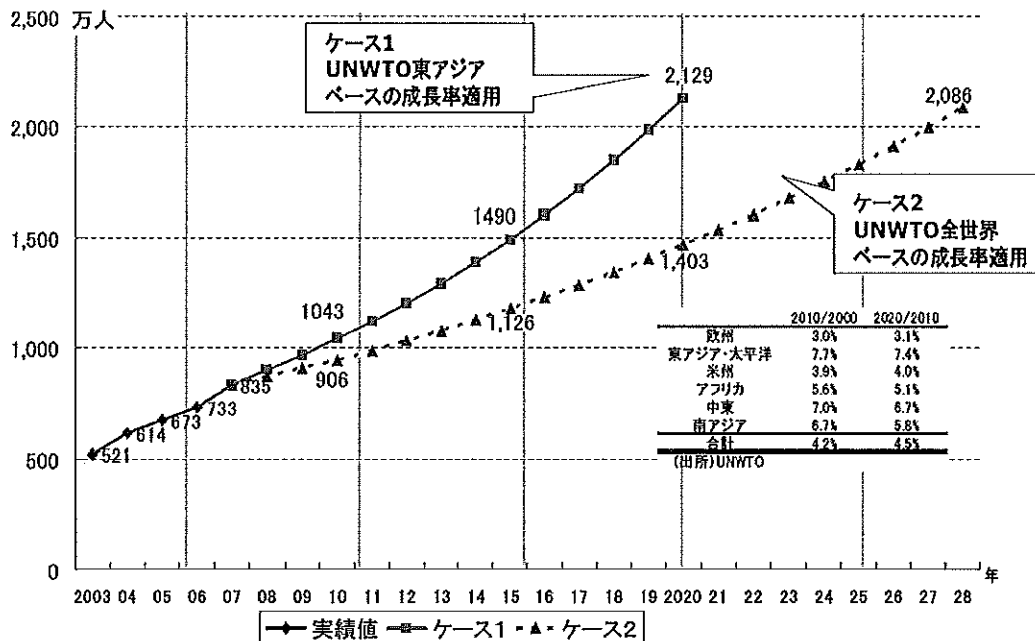
UNTWO (=世界観光機関) によると、1960 年に 6,930 万人であった世界の国際観光客数は、2000 年には 6 億 8,700 万人に達し、40 年間で約 10 倍となった。さらに、UNTWO が 2000 年に発表した「Tourism 2020 Vision」では、2020 年の世界の国際観光客数は、15 億 6,100 万人に達すると予測され、グローバル化が進展する世界において地球規模の大交流時代が到来すると言われている。

特に、近年のアジア諸国の著しい経済成長によって、東アジア・太平洋地域の国際観光客数は、2010 年から 2020 年にかけて、年平均 7.4% と言う世界で最も高い伸び率 (全世界では年平均 4.5% の増加) を示し、3 億 9,700 万人に達し、世界の全ての国際観光客の 25.4% を占めると予測している。

この様に、わが国を含む東アジア・太平洋地域は、世界の中で最も国際観光の成長が期待される地域と捉えられている。こうした中、観光庁では、上述した UNTWO の予測を

もとに、図表 I. 1 の通り、今後の訪日外客数について、東アジア・太平洋地域ベース（年平均 7.4%増加）の成長率を適用した予測（ケース1）と全世界ベースの成長率（年平均 4.5%増加）を適用した予測（ケース2）を試算し、どちらにおいても 2020 年代において訪日外客が、2010 年の倍以上の 2,000 万人に達すると予測している。（図表 I. 1 参照）

図表 I. 1. 観光庁、今後の訪日外客数の予測



(出所) 観光庁・観光立国戦略会議（2009）「観光実務に関するワーキンググループ～インバウンドに係わる中長期戦略策定～参考資料」 3 p

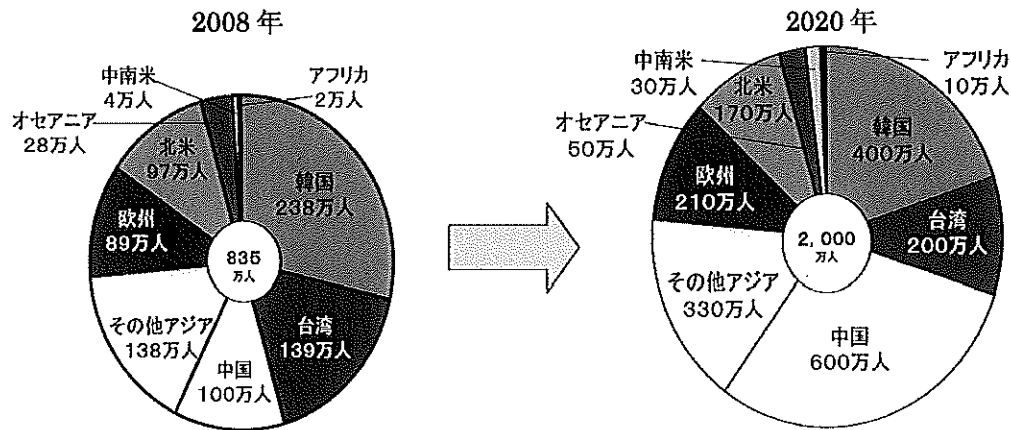
さらに観光庁では、訪日外客 2000 万人時代のインバウンド旅行者の国、地域別の構成について、図表 I. 2 の通り予測している。

図表 I. 2 の通り、2008 年の訪日外客数、約 835 万人の主要な国・地域の構成（比率）においては、韓国が約 238 万人（28.5%）と最も多く、次いで台湾が約 139 万人（16.6%）、中国が 100 万人（12%）の順となっている。しかし、2020 年の訪日外客数、2000 万人の時代の構成（比率）においては、中国が韓国を逆転し、約 600 万人（30%）となり、以下、韓国が約 400 万人（20%）、台湾が約 200 万人（10%）と、中国インバウンドが高い伸びを示し首位となり、2008 年の 6 倍へと急速に拡大することが予測されている。

現実に、訪日中国人旅行者に関しては、世界同時不況後も経済成長が著しく個人所得が増加している上に、VISA の発給要件が段階的に緩和されるのに従って、近年、急速に拡大しており、ここ 10 年ほどで約 3 倍に増加し、一昨年の 2010 年は、過去最高の約 141 万人（16.4%）となり、台湾（14.7%）を抜き、韓国（28.3%）に次いで、わが国、第 2

位のインバウンドとなっている。

図表. I. 2. 訪日外客 2,000 万人時代のインバウンドの状況



(出所) 観光庁 (2009) 「インバウンドの中長期戦略について (観光立国推進戦略会議の提言)」 2 p

また、日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外客訪問地調査 2007・2008」によると中国インバウンドに関しては、他国からのインバウンド旅行者と比べて、旅行目的における買い物の割合や、旅行中の土産物等の物品購入の消費金額が極めて高く、旺盛な観光消費意欲が指摘されており、訪問地での観光消費による地域経済への波及効果が期待されている。

この様な、近年のわが国のインバウンドをめぐる動向とともに、バブル経済崩壊後、長期的な国内の観光需要・消費の低迷のみならず、デフレ不況に悩む多くの地域のインバウンド観光振興策において、これまでの主に韓国を対象とした取り組みから、今後、最大の対象市場と予測される中国インバウンドの誘致と受け入れ態勢の整備を推進する取り組みが、全国で活発となっている。

(2) 福岡・九州におけるアジアインバウンドの動向

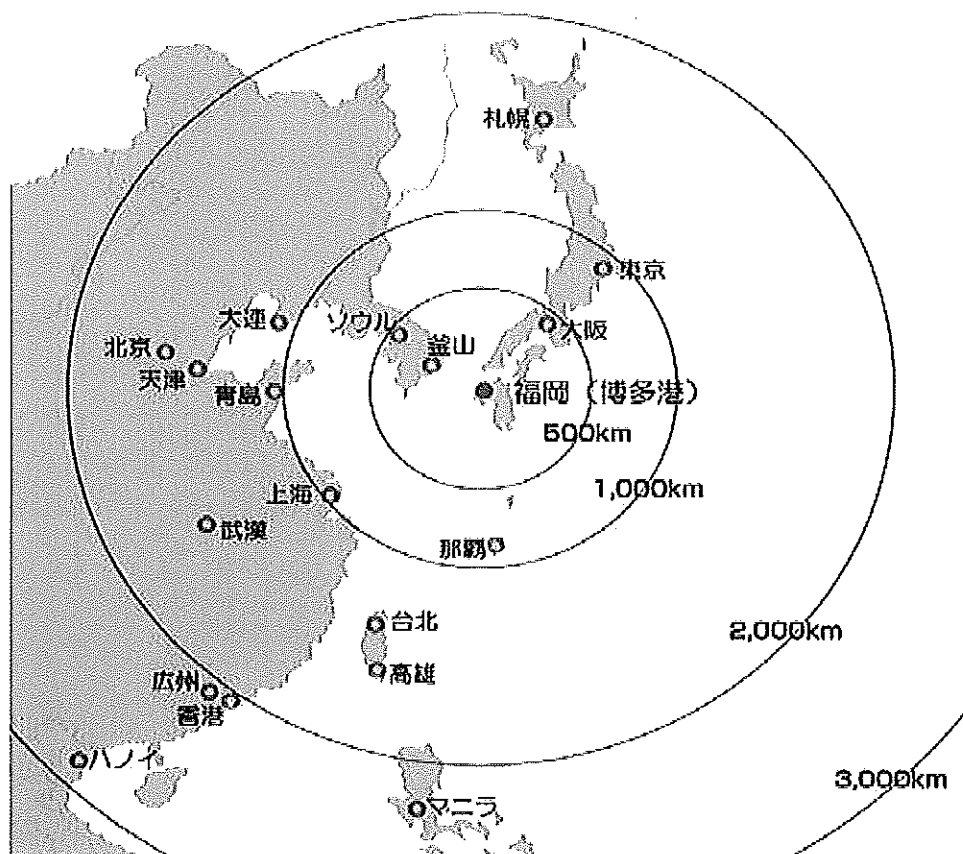
こうした中、わが国の国土の中で、韓国、中国などアジア諸国と最も近くに接する地域の福岡、九州においては、地理的な近接性を活かし、アジアインバウンドを拡大することが期待されている。図表 I. 3 は、九州の中枢都市、福岡市を中心起点として韓国、中国などの東アジアの主要都市との距離を示したものである。

福岡市から日韓海峡を挟んで韓国第 2 の都市、釜山市まで約 200Km は、広島市とほぼ同じ距離であり、韓国の首都、ソウルと大阪市がほぼ同じ距離の約 500Km となっている。

さらに、中国で最も経済発展を遂げている上海市や黄海沿岸地域の大都市の青島市、大連市などが、東京との距離、約 1,000 Km と同程度となっているほか、国内では札幌市までの距離、約 1500 km と、中国の首都、北京市や天津市、武漢市などの主要大都市が、同程

度となっており、福岡・九州と東アジア諸国、地域の地理的近接性が高いことがわかる。

図表 I. 3. 福岡を中心起点とした東アジアの主要都市との距離



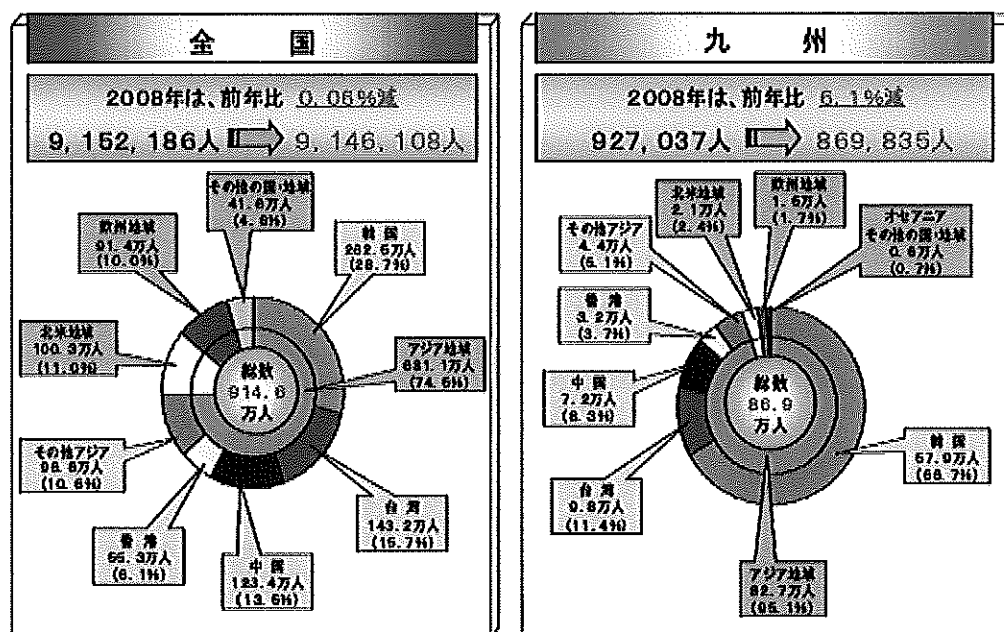
(出所) 福岡市港湾局資料

次に、九州におけるアジアインバウンドの動向について、全国のアジアインバウンドの動向と比較した上で、その特徴とともに、近年、顕著となっている動きについて述べたい。

まず、図表 I. 3 は、2008 年の全国と九州の外国人入国者の国・地域別の人数、割合を示したものである。

2008 年の全国・九州の外国人入国者を国・地域別の割合で見ると、全国のアジア地域からの入国者の比率、74.5%と比べて、九州のアジア地域からの入国者の比率が 95.1%となっており、九州においてアジアインバウンドの割合が、全国と比べて、かなり高いことがわかる。さらに、2008 年の全国と九州のアジアからの外国人入国者のうち、韓国人入国者の割合を比べると、全国の入国者のうちの韓国人の比率が、28.7%になっているのに対して、九州への韓国人入国者の比率は、66.7%と、全体の過半を占め、同入国者数の約 67.9 万人は、わが国全体の韓国人入国者数、約 262.5 万人の約 4 分の 1 に達している。

図表 I. 3. 2008 年の全国・九州の外国人入国者数と国・地域別の割合



(出所) 国土交通省九州運輸局 (2010)「観光立国の実現に向けて」12p より

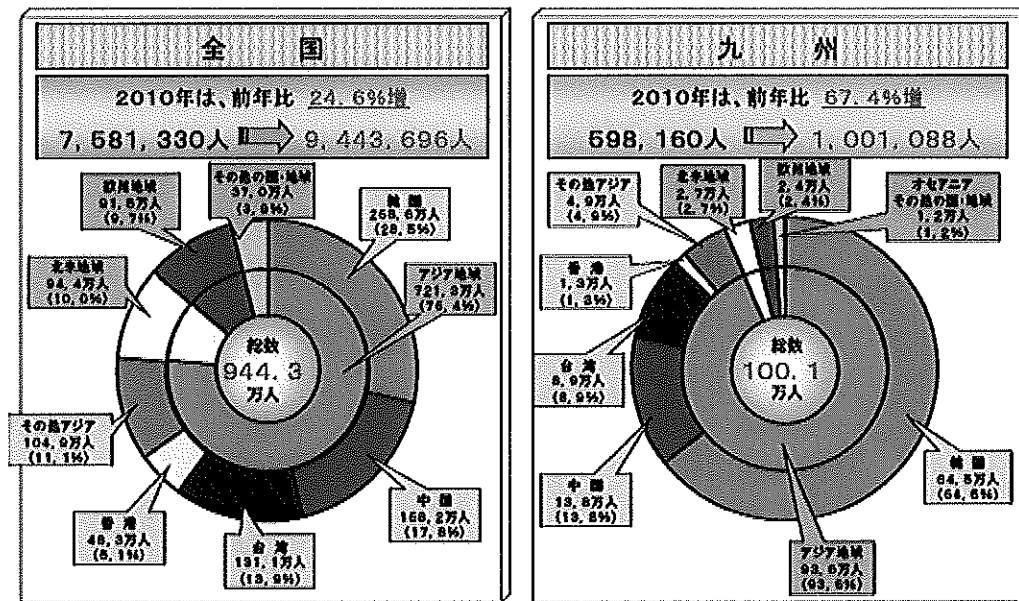
一方で、今後、わが国、最大のインバウンド市場と予測される中国人入国者の比率では、全国が 13.6%であるのに対して、九州においては 8.3%に過ぎず、全国と比較しても、その割合は低くなっている。

これらのことから、2008 年時点の九州におけるインバウンド観光の特徴として、全国と比べてアジア地域からのインバウンドの比率が高いものの、その 7 割を占める韓国人旅行者の比率が突出して高いことがわかる。この様に、九州への韓国インバウンドが増大した理由として、文字通り、九州と韓国と間の地理的な近接性を活かした日韓海峡間を結ぶ船舶定期航路が近年、活発となっていることが、理由として挙げられる

2011 年の東日本大震災後においても、九州と韓国の間を結ぶ、新たな船舶定期航路が開設されるなど、2012 年 3 月の時点では、日韓の船社が共同運航している航路を含めて、九州 (山口県下関港を含む) と韓国の海港の間に、7 社 4 区間 (高速船 9 隻・フェリー 4 隻) の船舶定期航路が就航している。特に福岡市においては、1991 年に博多港と釜山港を結ぶ JR 九州高速船の「ビートル号」が就航後、九州への韓国インバウンドの主要渡航ルートとなるまで拡大し、2010 年には 21 万人余りの韓国人が博多港から入国するなど、海港としては全国の中で、最も入国する外国人が多くなっている。

一方で、韓国インバウンドを中心とした九州のアジアインバウンドの動向において、近年、変化の兆しが見られる様になった。図表 I. 4 は、2010 年の全国・九州の外国人入国者の国・地域別の割合を示したものである。

図表 I. 4. 2010 年の全国・九州の外国人入国者数と国・地域別の割合



(注) 法務省出入国管理統計年報より

(出所) 国土交通省九州運輸局 (2011) 提供資料より

2008年と比べて、九州の入国外国人のうち、韓国人入国者の割合が64.5% (2008年66.7%)と過半を占めている状況に変わりはないものの、中国人入国者の割合(人数)が、2008年の8.3% (7.2万人)から、2010年の13.8% (13.8万人)へと5.5%増加しており、増加率が、全国の増加率(4.2%)よりも上回っている。

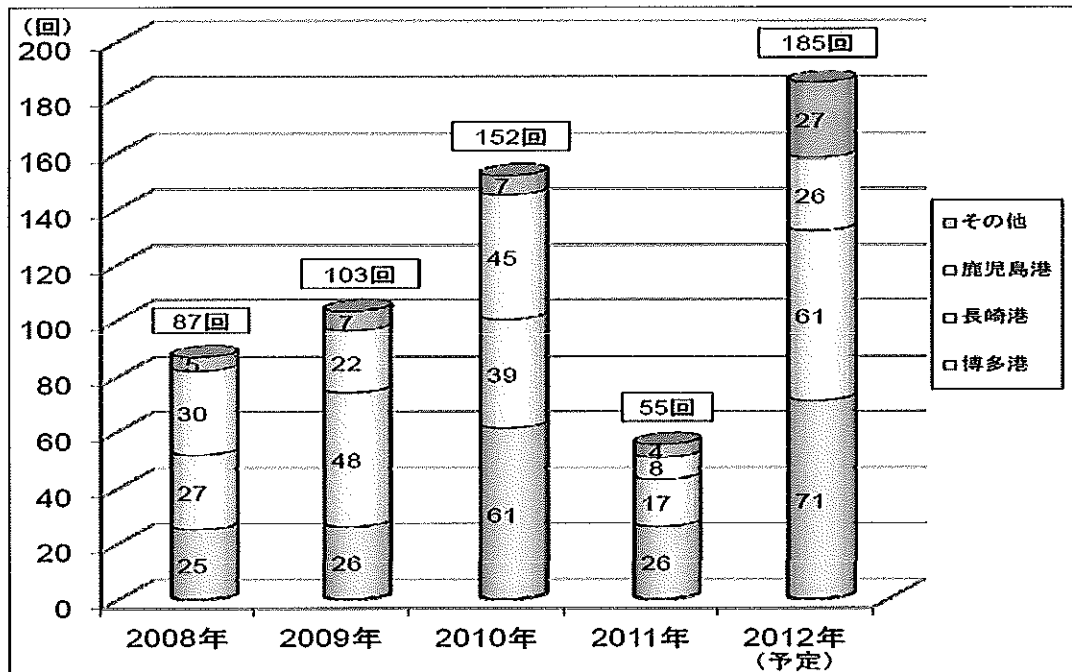
この様に、九州への中国人入国者が、わずか2年で増加した要因として、九州各港への、中国発着を中心とした外国クルーズ船の寄港回数が、近年、急速に増加傾向にあることが挙げられる。

図表 I. 5は、近年の九州各港への中国発着を中心とした外国クルーズ船の寄港回数の推移を示したものである。

九州各港の2008年の中国発着を中心とした外国クルーズ船の寄港回数は87回であったが、年毎に増加し、一昨年、2010年には152回を数えた。しかし、2011年は、同年3月に発生した東日本大震災の風評被害が九州にも及び、震災発生後、一時期、九州各港への外国クルーズ船の寄港が全面的にキャンセルされ、同年8月から寄港が再開されたものの55回に減じた。

今年、2012年は、震災の風評被害が払拭されたことによって、185回の外国クルーズ船の寄港が予定(2012年3月時点)されているのみならず、寄港する予定の中国発着の外国クルーズ船の多くが、これまでの船より大型化し、乗降客の数も増加することから、九州への中国インバウンドの大幅な増加が見込まれている⁽²⁾。

図表 I. 5. 外国クルーズ船の九州への寄港回数の推移 (2012年予定)



(出所) 国土交通省九州運輸局 (2012) 提供資料より

特に、博多港（福岡市）においては、2007年には無かった外国クルーズ船の寄港が、2008年に25回、2009年に26回、2010年には61回（乗降客約10万人）を数え、2011年には震災の影響で26回に減少したものの、2012年には中国発着の外国クルーズ船を中心に71回の寄港が予定されている。

先に述べた様に、博多港は韓国との定期船舶航路を中心に、既に海港としては全国の中で、入国する外国人が最も多くなっている港となっているが、2010年には外国クルーズ船の寄港回数においても全国で最も多い港となり、これまで中心であった韓国インバウンドのみならず、今後、寄港が増加するクルーズ船の中国人乗降客の受け入れ態勢の整備を含め、拡大する中国インバウンドに対応した観光戦略を展開することが、福岡市の大きな課題となっている。

また、2012年2月から、HTB（ハウステンボス）が運航する長崎－上海間の船舶定期航路が就航しており、福岡・九州のアジアインバウンドは、これまでの韓国のみならず、近年は中国インバウンドにおいても、わが国の中で、他に類例のない地理的な近接性を活かした船舶、海路主体の形態が大きな特徴となっている。

3. 福岡・九州におけるアジアインバウンド旅行者観光動向調査からの考察

前節で述べた様に、福岡・九州のアジアインバウンド戦略を展開するに当たっては、現在、その中心である韓国インバウンドに対する取り組みとともに、近年、増加傾向にあり、

今後、最大の市場と予測される中国インバウンドに対応した取り組みが課題となっている。また、福岡・九州のアジアインバウンドの大きな特徴として、アジアとの地理的な近接性から韓国、中国から船舶、海路を利用した渡航形態が主流となっていることを指摘した。

そこで、本節と次節では、URC が、これまでに実施した、船舶、海路を利用して福岡・九州に来訪した韓国人・中国人旅行者を対象とした観光動向調査の結果から、両国旅行者の観光動向の特徴を明らかにした上で、求められるアジアインバウンド戦略のあり方を考察したい。まず、本節では両国旅行者の属性や観光消費行動などの調査結果を比較考察し、それぞれを対象とした具体的な対応策を検討したい。

なお、上述した URC が実施した韓国人・中国人旅行者に対する観光動向調査の全容、詳細な結果に関しては、URC (2010)「福岡・釜山間高速船利用客観公動向調査報告書 本編・資料編」及び、URC (2011)「博多港寄港クルーズ船中国人乗降客観光動向調査報告書 本編・資料編」を参照いただきたい。

(1) 福岡・九州におけるアジアインバウンド（韓国人・中国人）観光動向調査の概要と対象者の属性

①韓国人旅行者観光動向調査の概要

まず、韓国人旅行者の観光動向調査については、韓国と福岡・九州の間において主要渡航ルートとなっている、福岡・釜山間の高速船「ビートル号」に乗船した韓国人旅行者を対象として、2009年の11～12月にかけて実施したものである。

調査方法は、韓国人旅行者が福岡・九州への旅行を終え、博多港から釜山港に向けて帰国する際に高速船内で韓国語アンケート調査票を配布し、乗船中に任意で記入してもらい回収する方式で実施した。

調査実施日は、2009年11月21日（日）2便、29日（日）1便、12月6日（日）1便の船で実施され、配布した800部のアンケート調査票の内、321（回収率・40.1%）の回収を得た。なお、調査は高速船の運航会社 JR 九州高速船㈱の協力のもとに実施された。

②中国人旅行者観光動向調査の概要

次に、中国人旅行者の観光動向調査は、近年、博多港を始め九州各港に寄港が急速に増加している、中国発着の外国クルーズ船の中国乗降客を対象として実施したものである。調査を実施したクルーズ船は、2010年10月に博多港に寄港した中国発着の外国クルーズ船のうちの2隻で、1隻は、天津港発着の「Legend of the Seas」（10月4日（月）寄港・2010年博多港20回寄港）、もう1隻は、上海港発着の「Costa Classica」（10月13日（金）寄港・2010年博多港21回寄港）である。

調査を実施した2隻のクルーズ船は、いずれも中国発着で九州、韓国の各港に立ち寄る外国船社クルーズ船で、船の概要・クルーズツアーの航路、行程等の概容については、図表 I. 6 の通りである。

図表 I. 6. 調査対象のクルーズ船、クルーズツアーの概容

クルーズ船名	「Legend of the Seas」	「Costa Classica」
船籍・船社	アメリカ・ロイヤルカリビアン インターナショナル社	イタリア・コスタクルーズ社
全長・排水量・定員	264m・69,130 t・2,074 人	220m・52,926 t・1,766 名
クルーズツアー期間 ツアー名	2010年9月30日～10月7日 九州・釜山クルーズ7泊8日	2010年10月11日～15日 福岡・済州島クルーズ4泊5日
クルーズツアーの航 路行程	天津→長崎→鹿児島→博多→釜 山→天津	上海→博多→済州島→上海

調査は、博多港にそれぞれのクルーズ船が寄港後、下船して、福岡の1日バスツアーに参加し、福岡タワーや太宰府天満宮等を観光した後、福岡市の繁華街である天神地区に立ち寄り、2～3時間程度、買い物をして、バスに戻った乗降客に中国語アンケート調査票を配布し、任意で記入してもらい、乗船前に回収する方式で実施した。その結果、2日間、2隻のクルーズ船で合わせて808の調査票の回収を得た。

クルーズ船別の乗降客に対する配布・回収調査票数、回収率等の状況は、下記、図表 I. 7の通りである。なお、今回の調査実施に当たっては、福岡市集客交流部・港湾局や、福岡1日バスツアー主催会社の中国国際旅行社、H I Sなどの協力を得た。

図表 I. 7. 調査票配布・回収状況

調査実施日・調査対象者乗船名	配布調査票数	回収調査票数・回収率
2010年10/4・「Legend of the Seas」	320	258・80.6%
2010年10/13・「Costa Classica」	640	550・85.9%
合 計	960	808・84.2%

(2) 福岡・九州のアジアインバウンド（韓国人・中国人）観光動向調査の対象者属性

①韓国人旅行者観光動向調査の対象者属性

韓国人旅行者観光動向調査の対象者の属性は、性別が男性 43.3%、女性 56.7%、年代は20代までが21.8%、30代が24.3%、40代が30.6%、50代が18.6%、60代以上が4.7%となっている。職業は、「会社員」(38.7%)が最も多く、続いて「経営者・自営業者」(21.7%)、「専業主婦」(17.6%)、「学生」(7.0%)、「公務員」(4.8%)が主なものであった。

これまでの訪日経験については、「今回が初めて」が43.5%、「2回目」が21.6%、「3回目」が9.7%、「4回目」が3.9%、「5回目以上」も12.9%となっている。

また、今回の旅行形態の回答結果では、「個人旅行」(高速船チケットと宿泊のみを自己

又は旅行会社で手配)が50.2%と半数以上で、「団体ツアー」(旅行会社が全てを手配するガイド付きツアー)が45.7%となっている。

②中国人旅行者観光動向調査の対象者属性

中国人旅行者観光動向調査の対象者の属性は、性別が男性50.5%、女性49.5%、年代は20代までが14.3%、30代が23.6%、40代が31.7%、50代が18.6%、60代以上が11.9%となっている。職業は、「会社員」(37.3%)が最も多く、続いて「管理職」(17.2%)、「専門・技術職(医師、弁護士、研究者)」(8.7%)、「経営者」(6.9%)、「専業主婦」(5.1%)、「公務員」(4.6%)、「学生」(4.2%)などの順となっている。

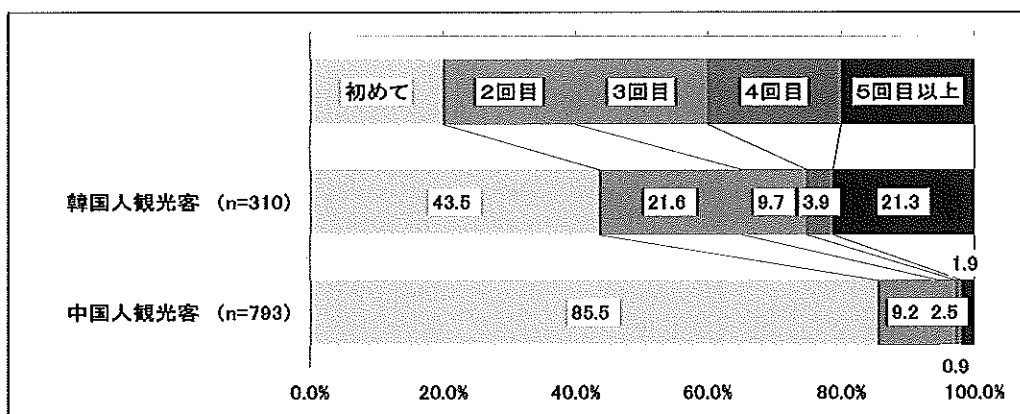
訪日経験については、「今回が初めて」が85.5%、「2回目」が9.2%、「3回目」が2.5%、4回目が0.9%、「5回目以上」が1.9%となっている。

③韓国人・中国人旅行者観光動向調査の対象者属性の比較考察

韓国人・中国人旅行者観光動向調査の対象者属性から両国旅行者の特性等の比較考察を試みると、年代は共通して30~40代が過半を占め(韓国人54.9%・中国人55.3%)、職業は「会社員」(韓国人38.7%・中国人37.3%)が最も多いことは共通していた。

これまでの訪日経験の比較では、図表I. 8の通り、韓国人旅行者は2回目以上のリピーターが過半を占め(56.5%)、5回目以上の回答も12.9%であったのに対して、中国人旅行者は、今回が初めての回答がほとんどで(85.5%)、大きな差異が見られた。

図表 I. 8. 韓国人・中国人旅行者の訪日経験



また、今回の旅行形態においては、韓国人旅行者は個人旅行者が約半数(50.2%)となっている。一方、中国人旅行者の調査対象者は、クルーズ及び上陸地ツアー参加者と言う形態から全てが団体旅行となっている。現在、訪日中国人旅行者に対する個人観光VISAの発給要件は段階的に緩和されているが、発給には煩雑な手続きのみならず経済力等の制限があり、2010年の訪日中国人の観光VISA発給数のうち、個人観光VISA取得者は7.3%

に止まり、現在の旅行形態は、ほとんどが団体旅行となっているのが現状である⁽³⁾。

これら結果から福岡・九州のアジアインバウンド戦略においては、まず、第一に、現在、主流の韓国インバウンドへの対応においては、リピーター、個人旅行者をターゲットに、今後、最大の市場と予測される中国インバウンドにおいては、現段階では、初訪日する団体ツアーをターゲットとした取り組みを重点的に行うことが必要と見られる。

(3) 福岡・九州のアジアインバウンド（韓国人・中国人）旅行者の旅行目的と観光消費

①韓国人旅行者の旅行目的と観光消費

URC が調査した結果をもとに、韓国人旅行者の旅行行動の特徴をまとめると、博多港到着後、福岡市・県内のみならず、熊本県や大分県など九州内の都市や名所旧跡、温泉などを主な訪問地、宿泊地とする「2泊3日型」（約6割）、平均滞在日数で約3日の九州内周遊観光が主流であることが明らかとなっている⁽⁴⁾。

また、韓国人旅行者の今回の旅行目的についての回答結果（選択・複数回答可）では、「観光」（66.7%）が最も多く、過半を占めたのに比べて、「買い物」（15.5%）や「グルメ」（11.1%）の回答率は低かった。

次に、韓国人旅行者の観光消費に関する調査結果について見ていきたい。まず、今回の旅行で土産等の買い物した場所（選択・複数回答可）の回答では、「ショッピングセンター」（36.7%）、「博多港の免税店」（30.3%）、「観光地のお土産物店」（22.3%）、「スーパーマーケット」（20.2%）、「100円ショップ」（18.6%）「百貨店」（17.0%）、「小売店」（5.3%）、「家電量販店」（1.6%）の順となっている。

また、今回の旅行で購入した品物、土産（選択・複数回答可）の回答では、「化粧品」（33.2%）「菓子」（28.4%）、「その他食品」（20.9%）などの回答が多く、続いて、主なものでは「酒」、「薬、サプリメント」（共に14.2%）、「おもちゃ、キャラクターグッズ」（13.3%）、「和服（着物）、民芸品」（12.8%）、「洋服、かばん、靴等」（12.3%）の順になっている。

さらに、今回の旅行中（旅行日程「2泊3日」（59.9%）、「1泊2日」（22.9%）、「3泊4日」（14.9%）・平均滞在日数約3日）の福岡・九州での買い物の観光消費額の回答結果では、「1～2万円」（27.4%）、「5千円未満」（18.8%）、「5千～1万円未満」「3～5万円」（共に14.5%）、「2～3万円」（12%）、「5～10万円」（7.7%）、「10万円以上」（5.1%）の順となっており、全体的には、2万円未満の割合が、60.7%と過半を占めている。

これら回答結果から、今回の福岡・九州旅行での一人当たりの平均の買い物、土産物の観光消費金額を算出すると、平均で32,230円、平均滞在日数約3日と言う結果から、1日当りの平均観光消費額を割り出すと、約10,740円であった。

②中国人旅行者の旅行目的と観光消費

次に、中国人旅行者の今回の旅行目的についての回答結果（選択・複数回答可）では、

「寄港地での観光、ツアー」(79.3%)と「寄港地での買い物」(58.4%)の回答率が高くなっており、「クルーズ船内での活動」(32.3%)、「寄港地でのグルメ」(28.2%)、「クルーズ船の航海」(23.7%)と比べると、乗降客が「寄港地での観光、ツアー」は旅行本来の目的としてさることながら、「寄港地での買い物」を重視していることがわかる。

次に、中国人旅行者の観光消費に関する調査結果について見ていきたい。まず、中国人旅行者が寄港地の一つである福岡で買い物をした場所の回答結果(選択・複数回答可)では、「百貨店」が58.0%と最も多く、続いて「スーパーマーケット」(33.4%)、「コンビニエンスストア」(28.4%)、「土産物店」(19.8%)、「家電量販店」(15.3%)、「ドラッグストア」(11.0%)、「地下商店街」(7.1%)、「100円ショップ」(1.6%)の順となっている。

また、福岡で購入した品物、土産の回答(選択・複数回答可)では、「食料品・飲料品」が56.5%と最も多く、続いて「化粧品」(35.8%)、「飲食」(33.5%)、「電化製品」(31.9%)、「洋服・バッグ・靴など」「時計」(共に20.8%)、「和風雑貨」(19.8%)、「玩具・キャラクターグッズ」(19.6%)、「薬品類」「酒」(共に10.2%)、「貴金属・アクセサリ」(8.3%)の順となっている。

さらに、福岡での、買い物、土産等の観光消費額の回答結果では、「5千円未満」(19.9%)、「5千～1万円」、「1～2万円」(共に14.7%)、「3～5万円」(13.9%)、「2～3万円」「5万～10万円未満」(共に13.1%)、「10万円以上」(10.6%)の順となっている。3万円以上の回答率が3分の1以上(37.1%)、5万円以上の回答率が、約4分の1(23.5%)となっており、最も高額な回答は、100万円であった。

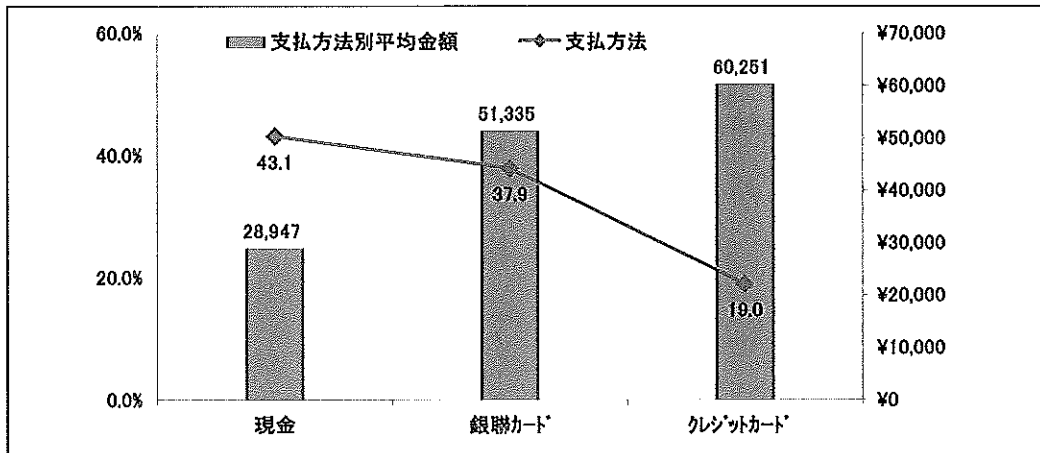
これら回答結果から、福岡での一人当たりの平均観光消費額を算出すると43,158円であった。クルーズ船別の旅行者1人当たりの平均観光消費金額を算出したところ、上海発着の「Costa Classica」の乗降客が、51,671円であったのに対して、天津発着の「Legend of the Seas」の乗降客は、34,846円となっており、上海発着の旅行者の方が、16,000円余り消費金額が上回っていた。

また、福岡で購入した品目、土産別の1人当たりの平均消費金額を算出すると、最も購入率が多かった「食料品・飲料品」が4,726円に過ぎなかったのに対して、「電化製品」(32,288円)、「時計」(28,867円)、「洋服・バッグ、靴等」(24,675円)、「薬品等」(22,714円)、「化粧品」(22,174円)などが2～3万円余りと高額になっている。

次に、図表I. 9は中国人旅行者の買い物の主な支払い方法の比率と支払い方法別の一人当たりの平均消費金額を算出した結果である。

買い物の支払い方法では、「現金」(43.1%)、「銀聯カード」(37.9%)の割合が高く、「クレジットカード」(19%)となっている。一方、支払い方法別の一人当たりの平均消費金額を算出すると、カード利用者の消費金額(銀聯・51,335円、クレジットカード・60,251円)の方が、現金利用者(28,947円)より2倍程度、高くなっていることから、小売、飲食店においては中国国内で最も普及する「銀聯カード」に対応した決済端末の設置が、さらなる観光消費の拡大を図る上では必要と思われる。

図表 I. 9. 中国人旅行者の買い物の主な支払い方法の比率と平均消費額



③韓国人・中国人旅行者の旅行目的と観光消費の比較考察

韓国人・中国人旅行者観光の旅行目的と観光消費の調査結果から両国旅行者の特性の比較考察を試みると、まず、旅行目的では、韓国インバウンドは観光が大半を占めるのに対して、中国インバウンドは観光のみならず、買い物に高い関心を示していることが明らかとなった。

また、今回の調査では、韓国人旅行者調査の対象者は、2泊3日九州内周遊観光が主流（平均滞在日数約3日）であるのに対して、中国人旅行者の調査対象者は、福岡1日ツアー参加者に限られ、ツアー行程のうち主に買い物ができるのが、福岡市の中心繁華街、天神地区において2～3時間と限定されているので一概に比較は出来ないが、買い物場所、購入品、消費金額など観光消費行動においてもかなりの差異があることがわかる。

まず、買い物場所に関して差異が目立ったのは、「百貨店」（韓国人 17.0%・中国人 58.0%）、「家電量販店」（韓国人 1.6%・中国人 15.3%）の回答率において、中国人旅行者の回答率が韓国旅行者と比べて、かなり高くなっていることが特徴として挙げられる

また、購入した品目について「食料品（食品、菓子、飲料）」、「化粧品」の購入率が高かったことは両国旅行者に共通したものの、韓国人旅行者の購入品の回答では、ほとんどなかった「電化製品」「時計」の購入率が中国人旅行者では多かったのが目立っている。

さらに、購入した品物、土産物の1人当たり平均観光消費額では、韓国人旅行者の旅行日程中の全ての買い物、土産物の観光消費総額が一人当たり平均、約3万2千円、一日当りの平均消費金額で、1万円余りだったのに対して、中国人旅行者は、主に天神での2～3時間の買い物だけで、1人当たり平均、約4万3千円と韓国人旅行者の旅行期間中の総額を1万円余り上回り、1日当たりに換算すると約4倍となっており、韓国インバウンドと比べて中国インバウンドの観光消費が極めて活発であることが明らかとなった。

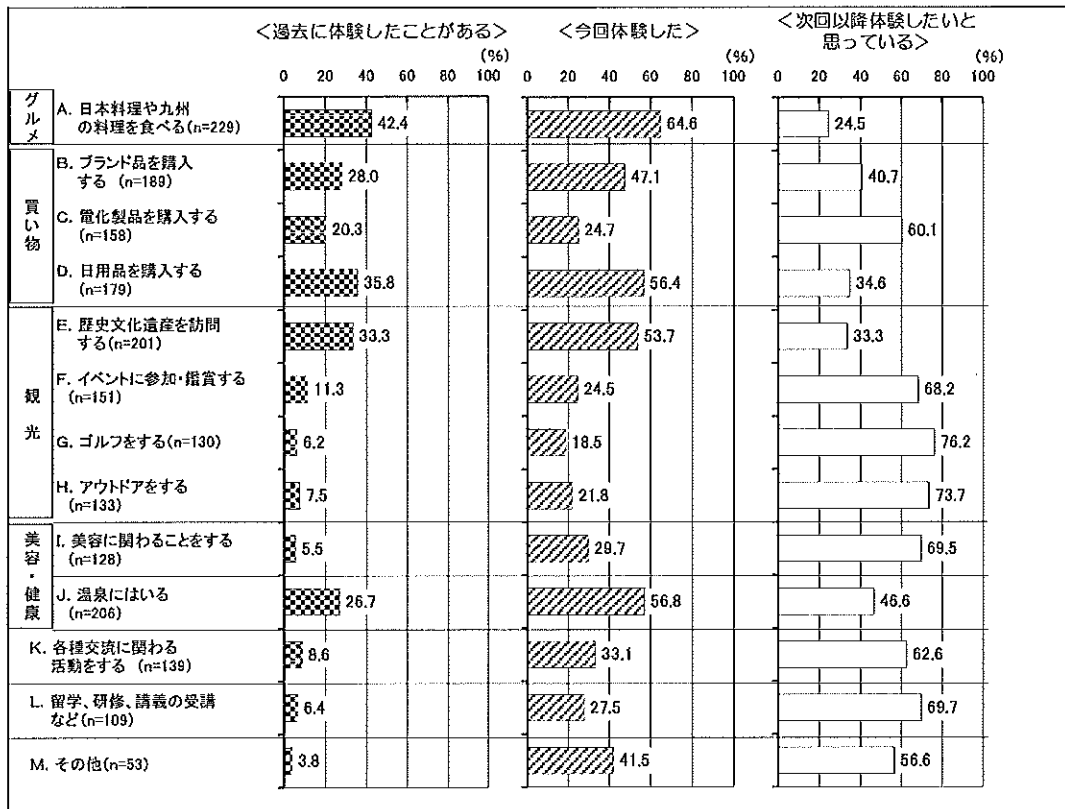
(4) 福岡・九州におけるアジアインバウンド戦略の課題と展望

次に本節では、韓国人・中国人旅行者の福岡・九州での旅行体験や次回以降の訪日旅行で体験したいことなどの調査結果を分析し、福岡・九州における両国インバウンドの誘致や受け入れ態勢の課題や展望を析出するとともに、今後のアジアインバウンド戦略のあり方について考察したい。

①韓国インバウンド戦略の課題と展望

まず、韓国人旅行者の福岡・九州での具体的な観光動向を把握するとともに、今後の観光需要を含めた展望を探るために、過去・今回の旅行で体験したこと及び、次回以降の訪日旅行で体験したいと思っていることについての回答（選択・複数回答可）結果をもとに、現在、主流の韓国インバウンド戦略のあり方について考察したい。（図表 I. 10 参照）

図表 I. 10. 韓国人旅行者の過去・今回・次回以降の旅行体験（選択・複数回答可）



韓国人旅行者の過去・今回を含めた旅行体験内容では「日本や九州の料理」（過去 42.4%・今回 64.6%）、「歴史文化遺産を訪問」（過去 33.3%・今回 56.4%）、「温泉」（過去 26.7%・今回 56.8%）などの回答率が高く、「買い物」では「日用品の購入」（過去 35.8%・今回 56.4%）の回答率が多かった。

次回以降の訪日旅行で体験したいことでは「ゴルフ」(76.2%)、「アウトドア」(73.7%)の回答率が高かったが、体験としてのこれまでの実現率は極めて低かった。これ以外では、「語学・研修・講義の受講」(69.7%)「イベント参加・鑑賞」(68.2%)、「各種交流活動」(62.6%)、など「体験・交流」型の観光を次回以降、体験したいとする回答率が高かった。

これら結果から、福岡・九州の韓国インバウンド戦略を展開するに当たっては「体験・交流」型の観光活動や事業において、韓国語対応を含めた受け入れ態勢の整備や情報発信を図ることが、直近の課題として挙げられる。

「体験・交流」型観光は、バブル経済崩壊後の国内旅行市場の変化や、地方自治体の財政難等に伴いハードからソフト、地域資源を活用した着地型、住民参加型の観光振興策として、近年、全国各地で活発となっている⁽⁵⁾。これら取り組みの多くは、祭り、イベントの参加や地域の自然、生活、農業、伝統文化、地場産業、郷土料理などの体験を通して旅行者と住民の交流を行う、新しい観光の形態であり、地域活性化の有効な手法として成果を収めるところも少なからず見られる。近年、九州各地においても「体験・交流」型観光の取り組みが活発となっているが、外国人旅行者の需要に対応した取り組みは未だ数少ないのが現状である。

こうした中、日韓海峡間に位置する長崎県の対馬では、韓国人旅行者を対象とした、「アリラン祭」「チング音楽祭」「国境マラソン」などの祭りやイベントの開催のほか、対馬の自然や韓国との交流の歴史を辿るトレッキングツアーなど様々な「体験・交流」型の観光に取り組んでいる。この様な対馬の地理的、歴史的近接性を活かした地域主体の取り組みの結果、2008年には対馬への韓国人旅行者が、対馬の人口の約2倍の7万2千人、同旅行者の観光消費による地域経済波及効果が年間約21億円に達しており、釜山との間を結ぶ日韓の運航会社の船舶定期航路も拡充されるなど、韓国インバウンドが拡大傾向にある⁽⁶⁾。

さらに、新しい独自の動きとしては九州各県等で組織する九州観光推進機構が、韓国内の「済州オルレ」⁽⁷⁾に代表されるトレッキングブームを韓国インバウンド拡大に活かそうと、今年、2012年2月、「九州オルレ」と銘打ったコースを選定し、韓国の旅行業界関係者へのプロモーションに取り組んでいることが注目される。現在、「九州オルレ」は佐賀県・武雄、鹿児島県・指宿開聞、熊本県・天草維和島、大分県・奥豊後の4つのコースで、地元の協力の下、温泉や地域の自然景観、歴史を楽しみながら散策が出来る様に韓国語表記のある目印等を設置するなど、10~20kmのトレッキングコースが整備されている。同年3月には大分県・奥豊後コースを加えたツアーに、韓国人旅行者約700人の申し込みがあり、コースの拡充も予定されていることから今後の展開が期待される。

また、同機構の九州旅行ポータルサイト HP「九州の旅」の韓国語サイトにおいては、九州内の地域の祭り、イベントの案内やハイキング、登山の情報のほか農場や果樹園などで行われる「体験・交流型」の観光メニューについて詳細な情報を提供している。このサイトを通して、韓国の旅行会社から「体験・交流」型観光に取り組む地域への問い合わせも数多く寄せられ、個人旅行者のみならず団体旅行者の立ち寄り先となっているところも

少なくないと言う。

さらに、韓国人個人旅行者をターゲットとした先進的な取り組みとしては、「キューデンインフォコム (QIC)」（福岡市）が運営する韓国語の九州観光情報サイト「九州路」が挙げられる。同社は韓国のマーケティング会社と共同企画して、2004年から韓国人個人旅行者向けの九州観光・宿泊サイト「九州路」を開設している。同サイトでは別府、由布院、黒川温泉など九州内の約400の和風旅館を中心とした宿泊施設の案内のみならず、インターネット予約が可能となっており、2010年には約2万件の予約が成立している。また、同サイトには、九州の都市、温泉、観光地などの飲食店、土産物店のほか、二次交通（鉄道、バス）の公共交通機関やレンタカー手配などの個人旅行者向けの詳細な情報が掲載されている。

個人旅行者、リピーターが中心の韓国インバウンドの誘致においては、ホームページを通じた「体験・旅行」型観光の情報や、宿泊、2次交通、飲食・土産物店等の具体的、詳細な観光情報の提供をすることが効果的であるのと同時に、対馬や「九州オルレ」の取り組みに見られる様に、着地側の地域のきめの細かい対応が重要と思われる。

②中国インバウンド戦略の課題と展望

中国人旅行者の観光動向に関しては、調査を実施した対象者が、福岡の1日バスツアーに参加した人たちに限られ、今回の旅行体験については同じ内容となるため、ここでは同ツアーの満足度調査と、今後の訪日旅行で体験したいことの回答結果から、課題や展望を析出し、今後の中国インバウンド戦略のあり方について考察したい。

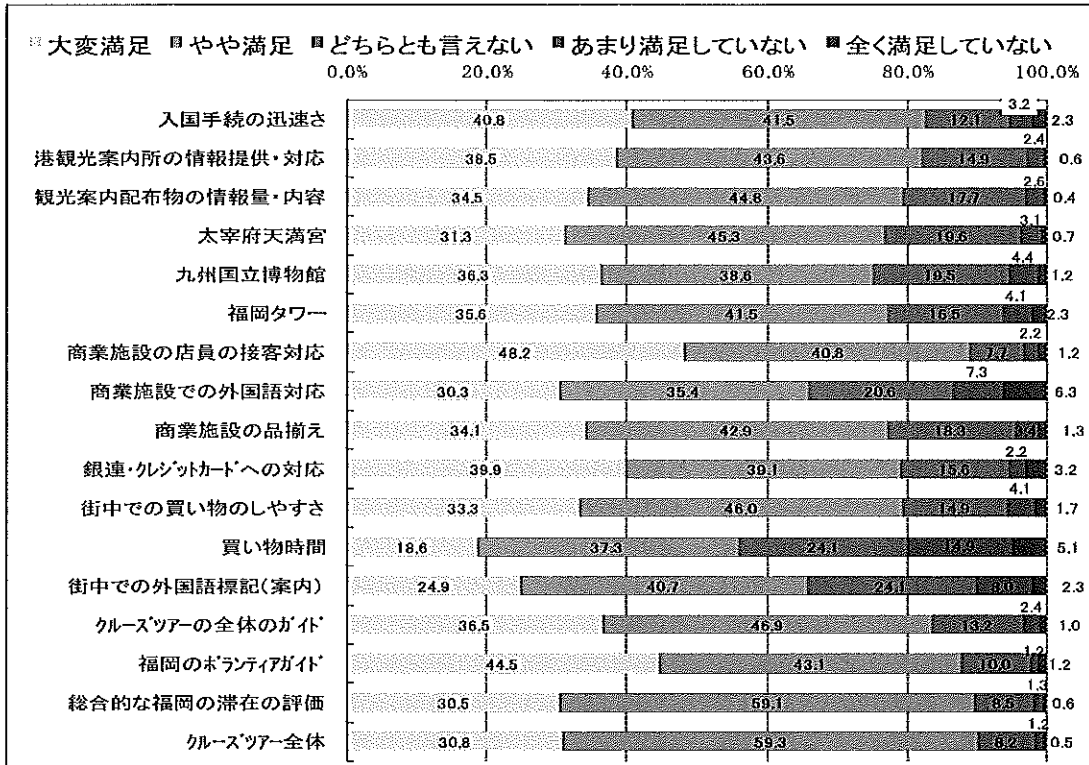
まず、中国人旅行者が参加した福岡1日ツアーの内容に関する満足度調査（5段階選択回答）の結果の中から、着地側の福岡市の受け入れ態勢として留意すべき主要なポイントを今後の課題として析出したい。（図表1、11参照）

「大変満足」の回答率が多く、満足度が高かったのは「商業施設の定員の接客対応」（48.2%）、「福岡のボランティアガイド」（44.5%）などであった。一方、「大変満足」の回答率が低かったのは、「買い物時間」（18.6%）、「街中での外国語標記（案内）」（24.9%）などであった。

また、「商業施設の店員の接客対応」（「大変満足」48.2%）については、満足度が高かったのに比べて「商業施設での外国語対応」については「大変満足」が30.3%と、「大変満足」の割合が約18%低くなるなど、「街中での外国語標記（案内）」と合わせて、中国語標記や買い物の際に必要な中国語会話等の言語対応に課題があることが窺がえる。

「福岡のボランティアガイド」については、「大変満足」が、44.5%と満足度の高い回答率となっているが、同ガイドは、(財)福岡コンベンションビューローが、福岡市に來訪する内外からの観光客の受入支援（通訳、案内など）を目的して、ウェルカムサポーターとして公募し、2008年から活動している組織である。

図表 I. 11. 福岡 1 日ツアーの満足度 (各項目選択回答)



2011 年には、福岡の大学に通う外国人留学生や日本人、約 250 人がボランティアとして登録し、同コンベンションビューローと天神地区の商業事業者等が協力して、スタッフを商業施設や博多港等に配置し、中国人旅行者に対する通訳、ガイドに、揃いのベストを着て取り組んでいる。博多港へのクルーズ船寄港時の際には、10 人ほどが商業施設等に配置されているが、1 回のクルーズ船寄港時に 1,000 人以上の中国人旅行者客が、天神地区に来訪するため対応に限界がある上に、今後、寄港するクルーズ船が大型化に伴い、さらに中国人旅行者も増加することから、ボランティアスタッフの人員増等、受け入れ態勢の充実が望まれている。

また、「大変満足」の回答が最も低かった「買い物時間」(18.6%) に関しては、「福岡で買いたいものを購入できたか」についての回答結果においても、「一部しか購入できなかった」の回答率が、49.3%と最も多く、約半数となっていることから、買い物時間が十分でないと感じる人が多いことが窺える。また、福岡での買い物に関しては、今回のクルーズ船ツアーの悪かった点、困った点を自由回答記述してもらった結果においても、「買い物時間が短い」が最も多い結果となっている⁽⁸⁾。

クルーズ観光においては、上陸後、乗降客の寄港地での滞在時間が限られることから、出入国手続き (CIQ) を迅速、円滑に実施し、買い物を含めた滞在時間の延長を図ることが、重要である。しかし、一度に 1,000 人以上が下船するクルーズ船の寄港に際して博多

港の CIQ 施設の対応能力には限界があり、現状では、船が着岸後、全ての乗降客の入国手続きが終えて上陸するまで、約 3～4 時間を要している。

わが国へのクルーズ船寄港の入国者に対しては、定員 2,000 人以上の船については、入国管理局職員が外国の前寄港地から乗船し、予め、船内で入国審査を行う海外臨船が行われている。今回、調査を実施した「Legend of the Seas」(定員約 2,074 人)においては、船会社からの要請があれば海外臨船を実施しており、入国手続き時間を省くことが出来ているが、「Costa Classica」を含む定員 2,000 人以下の船においては、海外臨船は行われていないのが現状である。

この様に調査結果から、福岡市におけるクルーズ船寄航の中国人旅行者の受け入れ態勢の問題として、ガイドの充実を含めた「言語対応」と CIQ の迅速、円滑化を含めた「買い物・滞在時間の延長」に課題があることが明らかになった。

これら課題解決のため、既に福岡市は、政府、内閣府の総合特区制度の提案募集を受け、太宰府市と共同して、2011 年 9 月に「“Visit Japan!”外国クルーズ特区」(正式名称・「外国クルーズ客船振興等による訪日外国人受入拠点特区)を申請している。

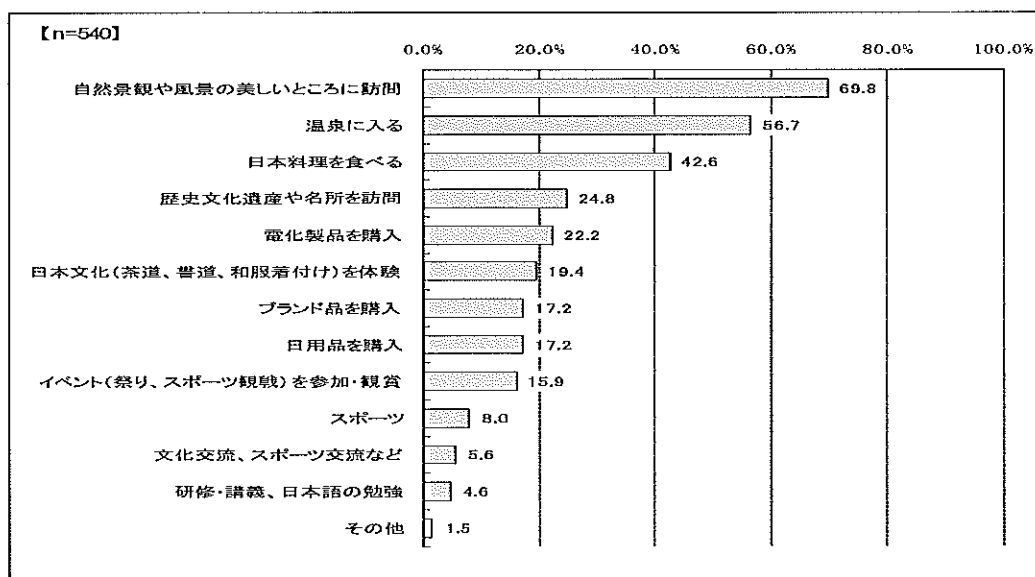
同特区の申請内容では、①定員 1,000 人程度のクルーズ船への海外臨船の実施や、出入国手続きを行う職員、入国審査ブースの増加等の CIQ 体制の整備・充実、②留学生等の在住外国人などが正式な通訳ガイドとなれる新たなガイド制度の創設、③中国人旅行者の買い物、お土産として人気の高い化粧品、薬品、酒類等を免税対象として観光消費の拡大を図ることを特区として実現できる様に要望している。

①の海外臨船、CIQ の現状と課題については先に述べたが、②の新たなガイド制度の創設に関しては、現在、わが国で外国人旅行者に対して報酬を伴う正式なガイドの仕事を行うためには、国土交通省が実施する試験を経て通訳案内士として登録しなければならない。しかし、福岡での 1 日ツアーを実施する旅行会社や天神地区の商業施設等の関係者から、クルーズ船寄港時に福岡での通訳案内士の人数や経費を確保することが困難であることから現行制度の課題が指摘されている。このため福岡市では、前述した様に独自のボランティアガイドを組織し対応しているが、制度的にガイドへの報酬は交通費程度に限られるため、必要なスタッフの確保等、今後、さらなる受け入れ態勢の充実を図るために、ボランティアガイドが正式な通訳、ガイドとして活動出来る様に、現行の通訳案内士法の規制緩和による新たなガイド制度を特区事業として創設できる様にすることを要望している。

しかしながら、同特区提案は 2011 年 12 月の政府、総合特区の第 1 次指定においては不採択とされている⁽⁹⁾。同特区申請内容の CIQ 体制、ガイド制度、免税措置に関しては、自治体の権限では解決出来ない問題であることから、今後、国の支援や地方への抜本的な権限委譲を伴う規制緩和の実施が期待される。

次に、中国人旅行者の今後の訪日旅行で体験したいことについての回答の結果(選択複数回答可)から中国人旅行者の観光動向の今後の展望について探りたい。(図表 I. 12 参照)

図表 I. 12. 今後の訪日旅行で体験してみたいこと（選択回答5つまで）



回答結果では、「自然景観や風景の美しいところに訪問」(69.8%)、「温泉に入る」(56.7%)、「日本料理(寿司、刺身、天ぷらなど)を食べる」(42.6%)などの回答率が高く、続いて、「歴史文化遺産や名所(寺社仏閣、博物館等)を訪問」(24.8%)、「電化製品を購入」(22.2%)、「日本文化(茶道、書道、和服着付け)を体験」(19.4%)、「ブランド品を購入」、「日用品を購入」(共に 17.2%)、「イベント(祭り、スポーツ観戦)参加、鑑賞」(15.9%)などが主な回答として挙げられている。

前述した様に、JNTO の調査、今回の調査においても中国人旅行者の訪日旅行動機や観光目的において「買い物」の回答率が高くなっているが、今後の訪日旅行で体験したいことを質問した今回の調査結果では、「電化製品を購入」「ブランド品を購入」、「日用品を購入」などの「買い物」より、「自然景観や風景の美しいところに訪問」、「温泉に入る」、「日本料理を食べる」などの回答率が、かなり高くなっており、これらの分野において、今後、リピーターを含めた中国人旅行者の観光需要やニーズが高いことが窺える。

福岡・九州においては、上述した中国人旅行者が次回以降に希望する訪日旅行目的に見合う、自然景観や風景、温泉、郷土料理など、地域の観光資源が豊富に存在しており、十分な情報提供により周知を行うことによって、福岡・九州への中国インバウンドは、今後、さらに拡大するものと期待される。

しかしながら、近年の福岡・九州の中国インバウンドに関しては、地理的な近接性から中国発着のクルーズ船の寄港が増加するとともに、拡大傾向にあるのは事実ではあるが、全国の中での状況を見ると誘致において課題も残る。

「JNTO 訪日外客訪問地調査 2010」によると訪日中国人旅行者の訪問地は、従来から「ゴールデンルート」と呼ばれる東京～富士山～関西のルートに含まれる都道府県(東京

都、大阪府、神奈川県、京都府、千葉県、愛知県)に集中し、それ以外の地域に目立った動きはなかったが、近年、北海道への訪問率が著しく増加していると言う。

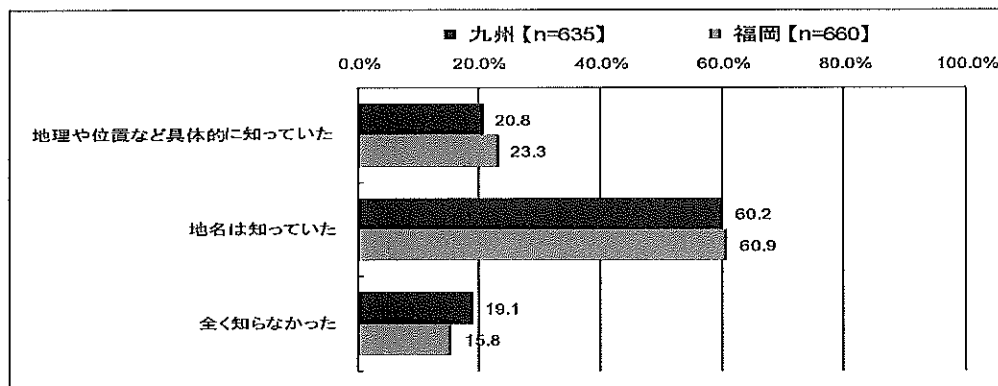
初訪日の割合の高い中国人旅行者が、知名度が高い首都の東京や関西を結ぶ「ゴールデンルート」を旅行地として、まず、第一に選択する傾向は避けられないが、北海道への中国インバウンド増加が著しい理由としては、2008～09年にかけて北海道を舞台としたラブコメディ映画の「非誠勿擾(フェイチェンウーラオ)」(日本語訳題名「狙った恋の落とし方。」)が、中国で大ヒットした影響とその後の積極的な誘致活動の効果が指摘されている。北海道観光振興機構では映画のヒットによって北海道の認知度が向上したことを受けて、直ちに映画ロケ地を含めた北海道独特の美しい自然景観、風景、温泉地のPRを中国国内で積極的に行い北海道のイメージを定着させるとともに、農林水産物、食、土産等を含めた質の高い地域資源をプロモーションすることによって、北海道のブランド力が高まり、中国人旅行者の日本旅行の選択地として急速に注目を集める様になった⁽¹⁰⁾。

実際に、訪日中国人旅行者の地域別延べ宿泊者数において北海道と九州を比べてみると、北海道が2007年の約6万6千人から、2010年には約29万6千人と、わずか3年間で4倍以上、増加しているのに対して、九州への同宿泊者数は、2007年の約7万4千人から2010年の約11万7千人と、約1.5倍の伸びに留まっている⁽¹¹⁾。

北海道と九州は気象条件の違いはあるものの、上述した様に中国人旅行者が、今後の訪日旅行において体験を希望する自然景観や風景、温泉、日本料理などにおいて共通する観光資源の要素も少なくないが、訪日旅行での選択地としては大きく差が開いてしまっているのが現状である。

今回の調査においても、中国人旅行者に対して九州、福岡の認知度調査を行っているが、クルーズ船ツアーの計画の前から、「九州」、「福岡」のことを知っていたかを「地理や位置など具体的に知っていた」、「地名は知っていた」、「全く知らなかった」の三段階で尋ねた認知度調査の回答結果は、図表I. 13の通りである。

図表 I. 13. 今回のクルーズツアー計画前の「九州」、「福岡」の認知度(選択回答)



「九州」と「福岡」の認知度について、「地名は知っていた」の回答率が「九州」(60.2%)、「福岡」(60.9%)、約60%と最も多く、「地理や位置など具体的に知っていた」の回答率は、「九州」(20.8%)、「福岡」(23.3%)と、約20%に止まり、「全く知らなかった」の回答率も「九州」(19.1%)、「福岡」(15.8%)と、15~20%程度に達している。

こうしたことから、福岡・九州の中国インバウンド戦略の課題として、まず、第一に誘致の段階において、訪日旅行先としての福岡・九州の認知度やイメージを向上させ、旅行を誘発させる情報発信やプロモーションに積極的に取り組むことが重要と思われる。さらに、次の段階として、訪日中国人旅行者の現在の旅行目的として多かった買い物に関する情報や支援のみならず、次回以降の訪日旅行目的として多かった自然景観、風景、温泉、日本料理などに見合った地域独自の観光資源の情報を戦略的、集中的に発信し、他地域との差別化や福岡・九州のブランド力を高めていく取り組みが重要と思われる。

既に、九州観光推進機構などによって中国主要都市での九州観光の説明・商談会や、中国の旅行・メディア関係者の九州への招請旅行を通じた観光情報のPR、発信等を中心に、プロモーション活動が行われているが、こうした取り組み以外では、2010~2011年にかけて九州の観光地をロケ地とした中国のテレビドラマの撮影が行われたことが注目される。このドラマは、中国の国営中央テレビ(CCTV)が中国全土で放映する連続ラブコメディードラマで、既に、福岡市、北九州市や長崎県の島原半島、佐世保市のハウステンボス、大分県日田市などで、地域の協力の下、撮影が行われ、2011年後半に中国全土で放映されており、今後の集客効果が期待される⁽¹²⁾。

この様に、福岡・九州においては、現在、地理的近接性から中国発着のクルーズ船の寄港回数が増加し、それに伴い中国インバウンドも拡大しているものの、クルーズ観光中心の寄港地での1日上陸ツアーだけでは、滞在時間も短く、観光行動、消費にも限界があるのが現状となっている。今後は、各寄港地においてリピーターの誘発や個人旅行者の誘致も視野に入れた取り組みを行うとともに、九州観光推進機構などを通して九州全体の認知度、イメージ、ブランド力を高める誘致、情報発信などの取り組みの強化が求められる。

5. 韓国・済州島の中国インバウンド戦略

①済州島の概容と特別法の施行

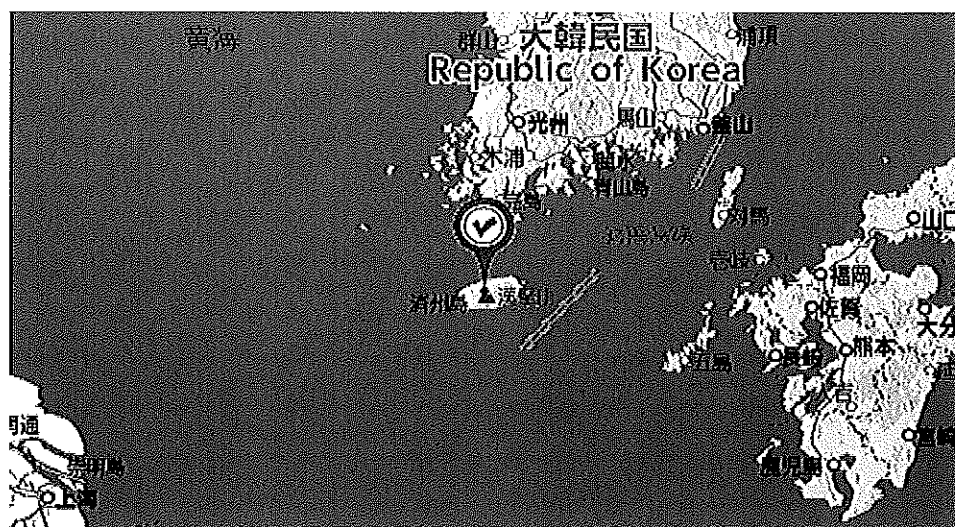
前節では福岡・九州の中国インバウンドの誘致や受け入れ態勢の課題について指摘したが、本節では、福岡・九州が今後の最大の市場と予測される中国インバウンドに対応した取り組みを展開するに当たって、先進事例として参考となる韓国・済州島の中国インバウンド戦略の取り組みを事例として取り上げ、福岡・九州に与える示唆について言及したい。

既に福岡市が、昨年、2011年、中国発着クルーズ船の寄港の増加に伴った課題の解決や中国インバウンドの観光消費の拡大を図るために、国からの権限委譲を伴う規制緩和を政府に要望した特区提案が不採択となったことについて述べた。現在、わが国では道州制の導入を含め、国から地方への抜本的な権限委譲、地方分権の動きが停滞しているが、福岡・

九州に地理的に近接する韓国の済州島（行政区域：済州特別自治道）においては国からの地方分権、大幅な権限委譲後の規制緩和によって、短期間で中国インバウンド誘致・観光消費の拡大などに大きな成果を上げている。以下、済州島の取り組みについて述べたい⁽¹³⁾。

済州島は朝鮮半島の南西、約 100km、福岡市の西方約 300km、中国の上海市の北東約 500 km、九州と中国の間の海上に位置し、面積は約 1,845 km²と九州の約二十分の一、福岡県の 40%にも満たない島である。（図表 I . 14 参照）

図表 I . 14. 済州島の位置



（出所）<http://maps.loco.yahoo.co.jp/>より。

同島はかつては第 1 次産業が主要産業であったが、現在は観光を中心とした第 3 次産業が拡大傾向にあり、産業別就業者や地域内総生産の割合では約 8 割を占める⁽¹²⁾。

済州島は温暖な気候と特有の自然景観、歴史文化を有しており、2007 年には世界遺産に登録されるなど韓国内外から多くの観光客（2011 年・約 874 万人）が訪問するリゾート観光地となっており、韓国のハワイとも評されている。しかしながら、島民 1 人当たりの所得が国内で最も低い地域の一つであり、これまでに中央からの財政支援など格差是正のための取り組みや主に国内観光地としての振興策が講じられてきたものの、抜本的な解決策とはならなかった。

こうした中、韓国政府は 1988 年、済州島を北東アジアの観光ハブに発展させるための国際自由都市計画を打ち出したが、法・制度等の不備のため成果を生み出せなかった。このため政府は、同計画を実現させるためには、特別な取り組みが必要と認識し、2002 年に同島を新たな地方分権のモデルとする「済州特別自治道基本構想案」を策定した。

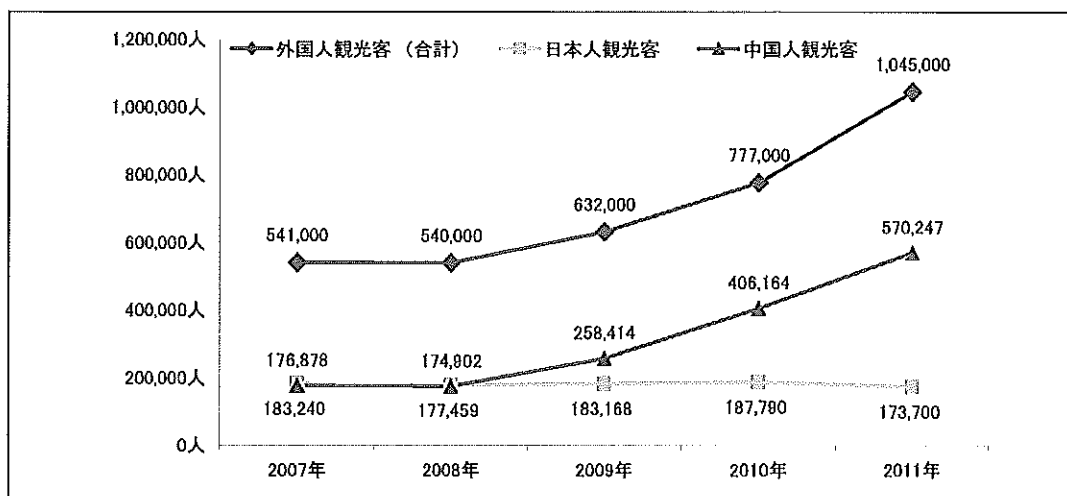
これら経緯や同案をふまえ、政府は 2006 年に地方分権・地域振興を目的として済州島を国防、外交、司法等国家中枢に関わる権限を除いた高度な自治権を付与した地方分権の

モデル地域とした上で、人、物、資本が自由に移動できる国際自由地域とする「済州特別自治道設置及び国際自由都市造成のための特別法」（以下、特別法）を施行し、韓国、国内唯一の特別自治道が発足した。同特別自治道では特別法施行後、政府の様々な権限、1,700件余りが段階的に委譲されることによって、独自のインバウンド戦略を中心とした地域戦略を推進し、短期間で着実に成果を示している。

②済州島の中国インバウンド戦略の成果

中国インバウンドの拡大において、まず、最大の効果を示したのが、道が委譲された権限をもとに、2008年から中国を含めた無査証入国許可対象国拡大への規制緩和に踏み切ったことである。中国人観光客無査証化とともに、LCCの済州航空の就航や中国発着クルーズ船の寄港誘致を積極的に行ったことにより、2007年には、済州島への外国人観光客は約54万人（日本人約18万3千人、中国人約17万7千人）であったのが、2009年からは中国人が日本人を上回り、2011年には、約104万5千人（中国人約57万人、日本人約17万3千人）に達し、同年の九州全体の外国人入国者数約72万人（中国人約13万8千人）をはるかに上回っている。（図表I. 15参照）

図表 I. 15. 済州島の外国人観光客数の推移



なお、済州島への中国発着を中心としたクルーズ船の寄港回数は、2005年の6回から、2011年には74回と大幅に増加しており、2011年の九州各港全体の寄港回数、55回を上回っている。

また、特別法施行後、特別自治道開発公団が免税店の運営、拡充を支援し、外国人のみならず韓国人観光客も利用できる様に規制緩和したため、観光収入においては、2005年の1兆7千億ウォンから、2010年には約3兆4千億円へと5年間で2倍に増加し、そのうち約四分の一に当たる約8,600億ウォンが中国人観光客を中心とした外国人観光客による消費

となっている。

さらに、国内外からの投資・進出企業を拡大させるために、国からの権限委譲後、様々な規制緩和や制度改革が行われている。代表的なものでは開発事業のワンストップサービスと事業承認期間の大幅な短縮、投資・進出時の出資総額制限の緩和、投資振興地区指定業種の拡大、投資企業に対する各種租税減免措置（法人・所得・取得・登録・財産税）の大規模な拡充など投資優遇措置を推進し国内外企業の投資・進出環境の整備を進めている。

この結果、2008年までに観光地区への観光関連産業の新たな国内投資・進出が、総額約1兆7千億ウォン、合計11事業決定したほか、特別自治道の発足前には1件もなかった海外企業の投資・進出も行われ、2008年までに、アメリカ、香港、シンガポール、マレーシア、台湾の五カ国・地域からテーマパークなど合計8事業に総額約3兆5千億ウォンの投資・進出が決定し、現在、事業や計画が進行中である。さらに、韓国国内では初となる外国人投資家に対する永住権付与制度の規制緩和によって、2010年までに中国人を中心に約200世帯、金額にして約1,000億ウォンの不動産投資誘致に成功している。

現在は、外国人観光客向けに外国人医師や株式会社の病院経営参入を認めるメディカルツーリズムや、介護福祉分野の外国人就労者の許可とともに、アジアの富裕層を取り込んだ要介護高齢者向けタウンの実現に向けて取り組んでおり、権限委譲後の規制緩和によって医療福祉と融合した観光産業の育成を推進している。

この様に濟州島においては、2006年の特別法施行に伴った濟州特別自治道の発足と国からの抜本的な権限委譲後の5年間の規制改革等の独自の取り組みで、中国インバウンド・投資誘致戦略を中心に著しい成果を挙げている。グローバル化に対応した国際観光・投資誘致戦略や中国中心のアジアビジネスの推進などの地域戦略の展開は、外部環境の変化に伴うリスクが危険視されることは事実である。しかし、わが国においては、かねてから道州制を含めた地方分権の議論はなされているものの、抜本的な権限委譲を伴った分権改革は一向に進展せず、特区制度の導入に代表される地方のグローバル化への対応が、韓国を始めとする周辺のアジア諸国と比べて、大幅に遅滞していることも事実である。こうした状況の中、短期間で著しい成果を示す、濟州島の中国インバウンド戦略に代表されるグローバル化に対応した地方分権型の取り組みが、今後の福岡・九州のアジアビジネス戦略の本質的なあり方や前提条件に与える示唆は大きいと思われる。

4. おわりに

本章では福岡・九州とアジアの人流・観光について、まず、近年のアジアインバウンドの動向をもとに、現在の主流である韓国インバウンドのみならず、今後の主流と予測される中国インバウンドにおいても、わが国の中では、他に類例のない地理的近接性を活かした海路、船舶航路主体の渡航形態が大きな特徴となっていることについて述べた。

その上で、韓国、中国インバウンドの主要なゲートウェイとなっている博多港を利用した韓国人・中国人旅行者を対象として、URCが実施した観光動向調査をもとに、両国旅

行者の観光動向の特徴や差異を分析した。

その結果、現在、主流の韓国人旅行者は個人旅行、リピーターの旅行形態が中心となっており、今後の訪日旅行においては「体験・交流」型の観光を希望する回答率が高かった。これら結果から、福岡・九州におけるアジアインバウンド戦略を展開するに当たって、まず、足下の第一段階の取り組みとしては、韓国人旅行者を対象とした「体験・交流」型観光の取り組みを強化するとともに、言語対応含めた宿泊、二次交通等の詳細、具体的な情報発信など、きめの細かいインバウンド戦略が求められていることを指摘した。

さらに、今後の主流と予測される中国人旅行者は、韓国人旅行者と比べて土産物の購入など観光消費が活発であり、福岡市を始めとするクルーズ船寄港地においては、ガイドの充実を含めた言語対応の強化、買い物支援やCIQの迅速・円滑化を含めた滞在時間の延長を図ることによって、旅行満足度の向上や観光行動・消費の拡大を図ることが課題であることを明らかにした。そして、これら課題の解決は自治体の取り組みだけでは限界があるため、国の支援や中央から地方への抜本的な権限委譲に伴う規制緩和の実施など独自の取り組みが必要であることを指摘した。その上で、地方分権型の規制改革の先進事例として、韓国・済州特別自治道の中国インバウンド戦略の取り組みを紹介し、その成果や成功要因について述べた。

また、調査結果から中国人旅行者は、初訪日、団体旅行の旅行形態が中心となっており、中国インバウンドの誘致戦略においては、まず、第一に福岡・九州の認知度やイメージの向上を図り、旅行を誘発させるための情報発信、プロモーション活動を積極的に行うことが求められていることを指摘した。さらに、今後の展開としては現在の旅行目的として多かった買い物に関する支援や情報発信のみならず、次回以降の訪日旅行目的に見合う自然景観、風景、温泉、郷土料理など、福岡・九州に豊富に存在する独自の地域資源の観光情報を戦略的、集中的に発信し、他地域との差別化を図り、地域のブランド力を高めることが、リピーターや個人旅行者を含めた需要を誘発させるために必要であることを指摘した。

これら求められる取り組みと合わせて、各地域において、韓国・中国、それぞれのインバウンドのニーズに対応し、旅行満足度を高めるとともに、ホスピタリティにあふれた取り組みを継続的に行うことによって、現在、地理的近接性を背景に増加する福岡・九州のアジアインバウンドは、さらなる拡大、発展を着実に遂げて行くであろう。

注

- (1) 本章におけるアジアインバウンドとは、福岡・九州のみならず、わが国において現在、主流をなす韓国インバウンドと、現在、急速に拡大し、今後の主流と予測される中国インバウンドに限定する。
- (2) 2012年の九州各港寄港予定の主な中国発着外国クルーズ船は、これまでの定員約1,800~2,000人、排水量・約5~7万t程度からアジアでは最大級の「Voyager of the

- seas」(定員 3,838 人、排水量約 13 万 7 千 t、博多港寄港 13 回予定、アメリカ・ロイヤルカリビアンインターナショナル社) や「Costa Victoria」(旅客定員 2,464 人、排水量約 7 万 5 千 t、博多港寄港 25 回予定、イタリア・コスタクルーズ社) に大型化する。
- (3) 外務省 HP「中国人個人観光ビザ発給要件緩和」(2011 年 8 月 10 日プレスリリース) を参照。http://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/23/8/0810_01.html
- (4) 韓国人旅行者の観光動向に関しては、福岡アジア都市研究所 (2010)「福岡・釜山間高速船航路利用客 (日本人・韓国人) 観光動向調査報告書 本編」19～24 p に詳しい。
- (5) 「体験・交流」型の観光に関しては、大社充 (2008)「体験・交流型ツーリズムの手法」学芸出版に詳しい。
- (6) 対馬の取り組みに関しては、福岡アジア都市研究所 (2010)「福岡・釜山間高速船航路利用客 (日本人・韓国人) 観光動向調査報告書 本編」40～43 p に詳しい。
- (7) 「済州オルレ」は韓国、済州島で人気のトレッキングコースで、2010 年、済州島を訪れた韓国人約 700 万人のうち、約 200 万人がオルレを歩いたと言う。なお、オルレは済州島の方言で通りから民家に至る小さな路地の意味。
- (8) 福岡アジア都市研究所 (2011)「博多港寄港クルーズ船中国人乗降客観光動向調査報告書・資料編」98～99 p を参照。
- (9) 政府の総合特区は地域限定で規制緩和や予算税制面を優遇し経済成長や地域活性化を促す。2011 年 12 月の第一次指定においては 88 件の申請に対して 33 件が指定された。
- (10) 「北海道新聞」2008 年 12 月 30 日付記事、「北京週報日本語版」2009 年 2 月 3 日付記事、日本政府観光局 (JNTO) (2012)「第 9 回日本政府観光局 (JNTO) インバウンド旅行振興フォーラム配布資料」などを参照
- (11) 観光庁「宿泊旅行統計調査」を参照。
- (12) 「西日本新聞」2010 年 11 月 30 日、2011 年 3 月 15 日、19 日付記事などを参照。
- (13) 済州特別自治道の取り組みに関しては、2010 年 10 月の済州特別自治道、2011 年 10 月、2011 年 10 月の済州発展研究院等へのヒアリング、提供資料や (財)九州経済調査会 (2011)『九州経済調査月報』15～17 p、(財)自治体国際協会 (2009)『新しい自治体「済州特別自治道」の出帆』CLAIR REPORT No.337などを参照してまとめた。

主要参考文献

- ・新井直樹 (2010)「九州におけるインバウンド観光と地域活性化」『地域活性研究』第 1 号、地域活性学会
- ・日本政府観光局 (2010)「国際観光白書 2010」財団法人国際観光サービスセンター

主要参考 URL

- ・国土交通省九州運輸局 HP <http://www.ttb.mlit.go.jp/kyushu/>
- ・日本政府観光局 (JNTO) HP <http://www.jnto.go.jp/jpn/>